



Jenni Saarenpää

## **INTERNETSIVUJEN LUOMINEN VALOKUVAAJALLE**

## **INTERNETSIVUJEN LUOMINEN VALOKUVAAJALLE**

Jenni Saarenpää  
Opinnäytetyö  
Syksy 2013  
Viestinnän koulutusohjelma  
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu  
Viestinnän koulutusohjelma, kuvallinen viestintä

---

Tekijä: Jenni Saarenpää  
Opinnäytetyön nimi: internetsivujen luominen valokuvaajalle  
Työn ohjaaja(t): Heikki Timonen  
Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2013  
Sivumäärä: 34 + 6 liitesivua

---

Tilaaajana toiminut oululainen valokuvauspalveluita tarjoava yritys, Lumo Image tarvitsi perustamisvaiheessaan yritykselle brändin sekä internetsivut. Työn tavoitteena oli tehdä brändistä sekä internetsivuista ammattimaiset ja laadukkaat, sellaiset jotka osaltaan helpottaisivat markkinoilletuloa.

Ensivaikutelma yrityksestä syntyy usein sen internetsivujen välityksellä ja sillä on suora vaikutus myös yrityksen uskottavuuteen, laadukkuuteen sekä ammattimaisuuteen asiakkaan silmissä. Tutkielmassa käydään läpi, miksi yrityksen pitäisi ylipäättensä panostaa omien internetsivujensa laatuun, sekä tutkitaan tarkemmin, mihin asioihin kiinnittää huomiota valokuvaajan internetsivuja luotaessa.

Tietoperustana olen käyttänyt tutkimuksia internetsivujen merkityksestä yritykselle. Lisäksi olen käyttänyt verkkosivujen visuaaliseen suunnitteluun liittyviä lähteitä. Tutkimustyöni tavoitteena oli selittää, mitä erityisesti pitää ottaa huomioon valokuvaajan sivuja luotaessa. Sovelsin teoriakehystä Lumo Imagen sivujen luonnissa. Opinnäytetyön tavoite täyttyi, ja Lumo Imagen sivuista on tullut paljon positiivista palautetta sivuston modernista, tyylikkästä ja laadukkaasta ulkoasusta.

---

Asiasanat: Yrityksen internetsivut, internetsivujen suunnittelu, visuaalinen suunnittelu, valokuvaajan internetsivut, kilpailija-analyysi

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
The Degree Program in Communication  
Specialisation Option: Visual Communication

---

Author: Jenni Saarenpää  
Title of thesis: Creating a Website for a Photographer  
Supervisor(s): Heikki Timonen  
Term and year when the thesis was submitted: Spring 2013  
Number of pages: 34 + 6 pages of appendixes

---

The commissioner, a company from Oulu called Lumo Image, which offers photography services, needed a brand and a website at the establishment state. The goal was to create professional and high quality brand and web site, which would help the market entry of the company.

The first impression of the company is often made through the company web site and it has a direct effect to the credibility, quality and professionalism that the company represent in the eyes of the customer. The theory focuses on the reasons why it is so important for a company to have a high quality web site. I also study what are the things that must be taken into consideration while creating a website for a photographer.

I have used studies of the importance of a website to a company as well as visual design principles as source of reference and knowledge base in this thesis. My goal in this thesis was to create a theory base what are the main principles in creating a web site for a photographer and apply it while creating the web site of Lumo Image. The goal was accomplished and Lumo Image has got a lot of positive feedback about the modern, stylish and high quality appearance of the web site.

---

Keywords: Company web site, website design, visual design, photographer website, competitor analysis

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	6
2 INTERNETSIVUJEN MERKITYS YRITYKSELLE.....	7
3 VALOKUVAAJAN INTERNETSIVUJEN LUOMINEN.....	8
3.1 Tavoitteiden, vaatimusten ja kohderyhmän määrittely.....	8
3.2 Tutustuminen alan kilpailijoihin.....	8
3.3 Sivujen elementtien suunnittelu.....	12
3.4 Tyylikkaiden sivujen designperiaatteet.....	14
4 LUMOIMAGE.FI INTERNETSIVUJEN LUOMINEN.....	18
4.1 Vaatimusmäärittely.....	18
4.2 Suunnittelu.....	19
4.3 Toteutus.....	23
5 POHDINTA.....	30
LÄHTEET.....	32
LIITTEET.....	35

# 1 JOHDANTO

Lumo Image on oululaisen valokuvaajan vuonna 2011 perustama valokuvauspalveluita tarjoava yritys. Yritys tarjoaa palveluita niin yksityisille ihmisille kuin yrityksillekin ja toimii pääasiassa Oulun ja Pohjois-Pohjanmaan alueella, mutta tekee kuvauksia myös ympäri Suomea, esimerkiksi pääkaupunkiseudulla.

Koska kyseessä oli uusi perustettava yritys, ei Lumo Imagella ollut olemassa web sivuja eikä brändiä oltu muutenkaan ehditty vielä luoda. Toimeksiannon tavoitteena oli määritellä yritykselle toimialaan sopiva brändi sekä luoda web sivusto brändin mukaisesti. Lähdin luomaan brändiä ensin tutkimalla muiden valokuvaajien sivustoja ja määrittelemään mitkä ovat valokuvaajan tarpeet asian suhteen. Kun olimme tilaajan kanssa samaa mieltä kokonaisvaltaisesta tyylistä, aloin määritellä tarkemmin sivuston rakennetta ja piirsin käyttöliittymästä rautalankamallit. Tämän jälkeen tein eri luonnoksia logosta sekä visuaalisesta ilmeestä. Websivuston toteutin käyttäen HTML:ää, CSS:ää sekä PHP:tä, blogin toteutin Wordpress julkaisujärjestelmällä.

Teoriaosuudessa käyn läpi syitä miksi on elintärkeää, että yrityksellä on laadukkaat internetsivut. Nykypäivän asiakkaat olettavat löytävänsä tietoja yrityksestä internetistä sekä pystyvänsä ottamaan yhteyttä sitä kautta. Tämän jälkeen keskityn valokuvaajan internetsivujen luomiseen, mitä vaiheita suunnittelu sisältää ja mitä elementtejä onnistunut, hyvännäköinen suunnittelu vaatii. Lopussa kerron, kuinka olen käyttänyt hyväksi tätä teoriapohjaa luodessani Lumo Imagen internetsivut.

## 2 INTERNETSIVUJEN MERKITYS YRITYKSELLE

Elämme internetaikaa, jolloin melkein kaikki tarvitsemamme tieto löytyy internetistä ja voimme kommunikoida sen kautta niin yksityisten ihmisten kuin yritystenkin kanssa. Vielä löytyy kuitenkin yrityksiä, joilla ei ole omia internetsivuja. Miten asiakkaat reagoivat näihin yrityksiin? Miksi näiden yritysten pitäisi satsata internetsivuihinsa?

On yleistä, että asiakkaat lähtevät ensimmäisenä etsimään tietoa yrityksestä internetistä, ja jos sitä ei sieltä löydy, he todennäköisesti siirtyvät etsimään saman alan kilpailevia yrityksiä. Nykypäivän asiakkaat olettavat automaattisesti, että he voivat löytää tietoa ja kommunikoida yritysten kanssa internetin välityksellä. Mitä laadukkaammat ja ammattimaisemmat internetsivut yrityksellä on, sitä menestyksekkäämmältä yritys näyttää asiakkaiden silmissä. Yritys ilman internetsivuja ei ole uskottava nykypäivän asiakkaan silmissä. Yrityksen internetsivut antavat myös asiakkaalle vaikutelman pitkäaikaisesta ja stabiilista liiketoiminnasta. (Articlesbase 2009, hakupäivä 24.02.2013.)

internetsivut toimivat yrityksen profiilina ja ovat auki ympäri vuorokauden miljoonille ihmisille ympäri maailman (Pegasus Infocorp 2006, hakupäivä 24.02.2013). Paikallisten markkinoiden sijaan yritys voi saavuttaa globaalit markkinat yksinkertaisesti perustamalla omat internetsivunsa. Tällä toiminnalla yritys voi kasvattaa merkittävästi myyntiään ja liiketoimintaansa. (Articlesbase 2009, hakupäivä 24.02.2013.)

Hyvin suunnitelluilla internetsivuilla pieni yritys voi lisäksi näyttää suuremmalta kuin todellisuudessa onkaan. Jos yrityksellä ei ole internetsivuja, menettää he helpon ja halvan markkinointikanavan. Omien internetsivujen luominen ja niiden kautta mainostaminen on huomattavasti halvempi vaihtoehto perinteiselle mainonnalle kuten sanomalehti-, radio- ja tv-mainoksille. (Global Commerce and Communication Inc 2013, hakupäivä 24.02.2013.)

### 3 VALOKUVAAJAN INTERNETSIVUJEN LUOMINEN

Ennen internet-aikaa riitti, että valokuvaaja osasi kuvata hyvin, nykypäivänä valokuvaajalle kannattavan liiketoiminnan ehtona ovat myös toimivat ja hyvännäköiset internetsivut. Sivut edustavat valokuvaajaa ja valokuvaajan ammattitaitoa ja siksi niiden tekemiseen kannattaa panostaa. Kun internetsivut ovat toimivat ja tehokkaat, tuovat ne valokuvaajalle uusia asiakkaita, auttavat säilyttämään nykyisiä asiakassuhteita sekä karsivat samalla ei-toivotut asiakkaat pois. (Photography website design 2012b, hakupäivä 24.02.2013.)

#### 3.1 Tavoitteiden, vaatimusten ja kohderyhmän määrittely

Onnistuneen internetsivuston luominen valokuvaajalle vaatii sivuston tavoitteiden ja vaatimusten määrittämisen. Mitä sivustolla halutaan viestittää ja kenelle? Sivuston käyttäjäryhmä tai –ryhmät täytyy määritellä ja nämä ottaa huomioon sivustoa suunniteltaessa. Kohderyhmä määrittelee mitä sisältöä sivustolla näytetään (IST Results 2013, hakupäivä 26.02.2013).

#### 3.2 Tutustuminen alan kilpailijoihin

Ennen kuin omia sivuja lähdetään luomaan, on myös ensisijaisen tärkeää tutustua alalla jo olemassa olevien valokuvaajien sivuihin ja tehdä niistä kilpailija-analyysia. Valokuvaajien sivustoissa on nähtävissä tiettyjä trendejä ja viitteitä siitä millaista designia sivustot edustavat. Tässä tutkielmassa on keskitytty nimenomaan visuaalisiin trendeihin, eikä niinkään teknologian mahdollistamiin trendeihin.

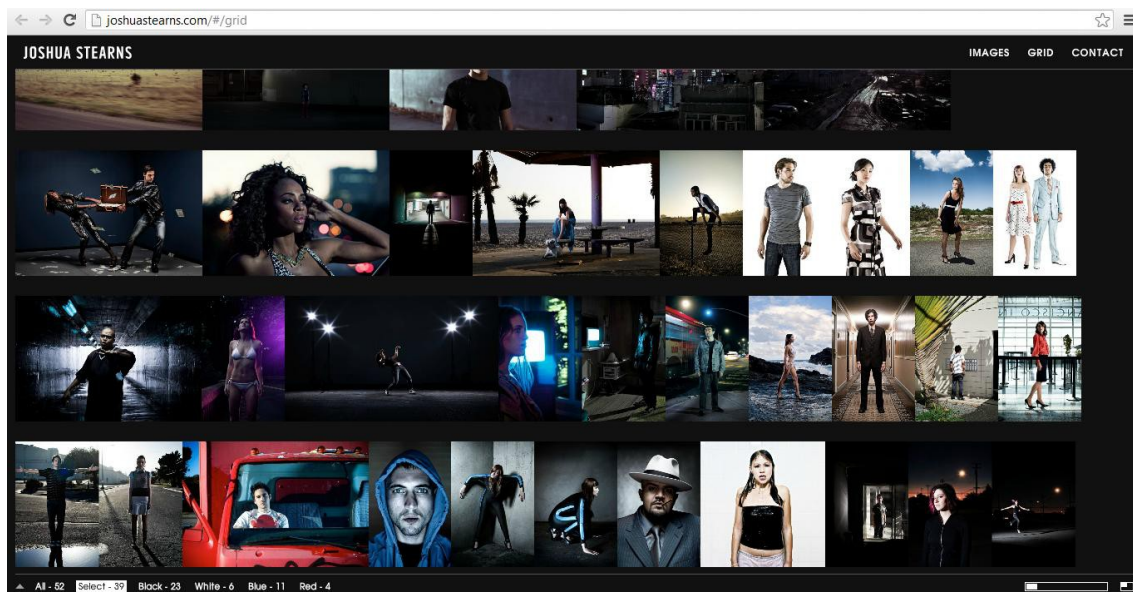
Moni valokuvaaja luottaa **minimalistiseen ja yksinkertaiseen tyyliin**, jossa kuvat ovat pääasiassa eivätkä itse sivuston grafiikat. Näin asiakas saa käsityksen, siitä mihin mihin valokuvaaja itse pystyy eikä niinkään mihin sivuston suunnittelija kykenee. (Photography website design 2012e, hakupäivä 24.02.2013; ReadyPhotoSite.com 2009, hakupäivä 24.02.2013.)





Kuva 1. Trendi 1: Minimalistinen ja yksinkertainen tyyli, [www.chrisphelps.com](http://www.chrisphelps.com)

Yksi paljon käytetyistä design malleista on **ruudukkoon sijoitetut kuvat** etusivulla (ReadyPhotoSite.com 2009, hakupäivä 24.02.2013).



Kuva 2. Trendi 2: Ruudukkoon sijoitetut kuvat, <http://joshuastearns.com/#/grid>

Koko näytön kokoiset kuvat tuovat ”wow-efektiä” valokuvaajan sivustolle, kun kuvat näkyvät isoina ja vangitsevat katseen. Nopeat yhteydet ja monitoreiden kokojen suurentuminen ovat edesauttaneet tämän trendin syntyä ja suosiota.

(Photography website design 2012e, hakupäivä **24.02.2013**;

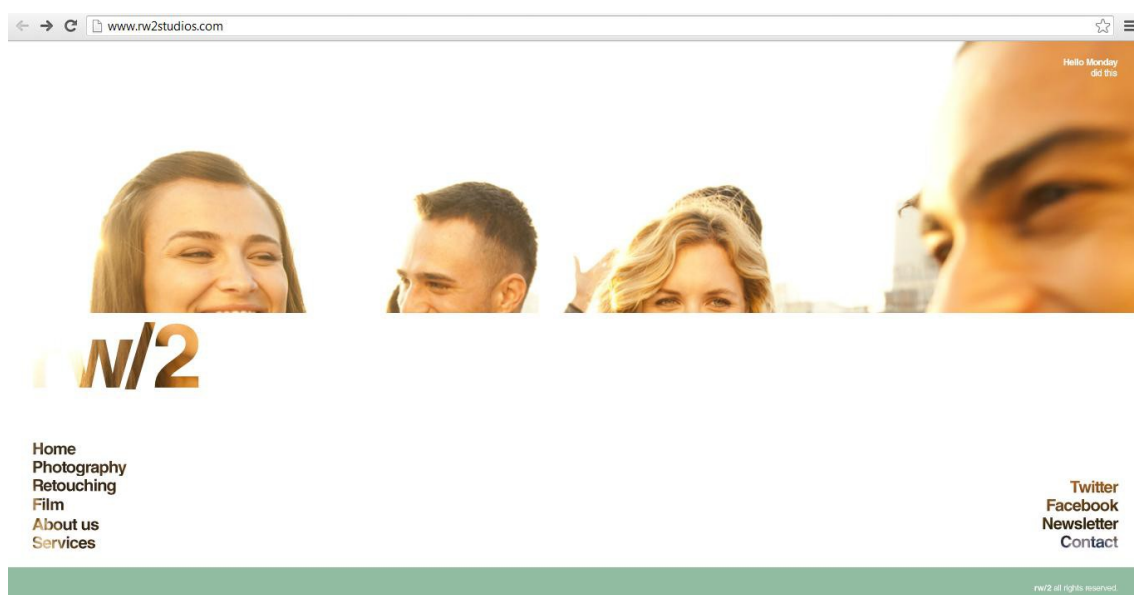
**ReadyPhotoSite.com 2009, hakupäivä 24.02.2013.)**



Kuva 3. Trendi 3: Koko näytön kokoiset kuvat, [www.gavingough.com](http://www.gavingough.com)

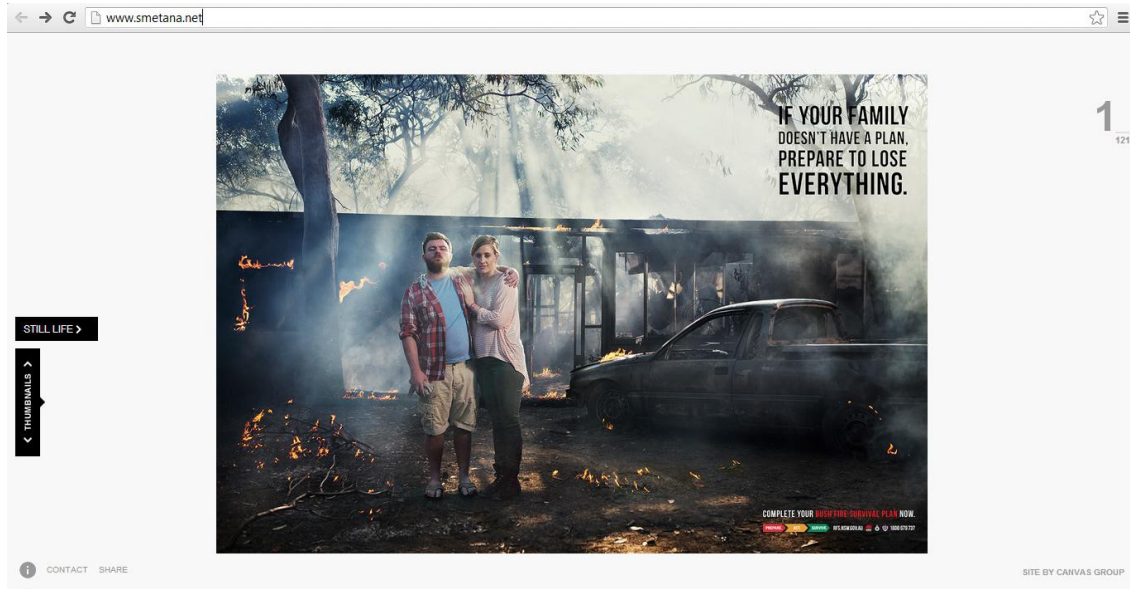
**Epätavalliset navigaatoratkaisut**, kuten vasemmalle tai alas sijoitettu navigaatioelementti ovat myös suosittuja valokuvaajien keskuudessa

(ReadyPhotoSite.com 2009, hakupäivä 24.02.2013).



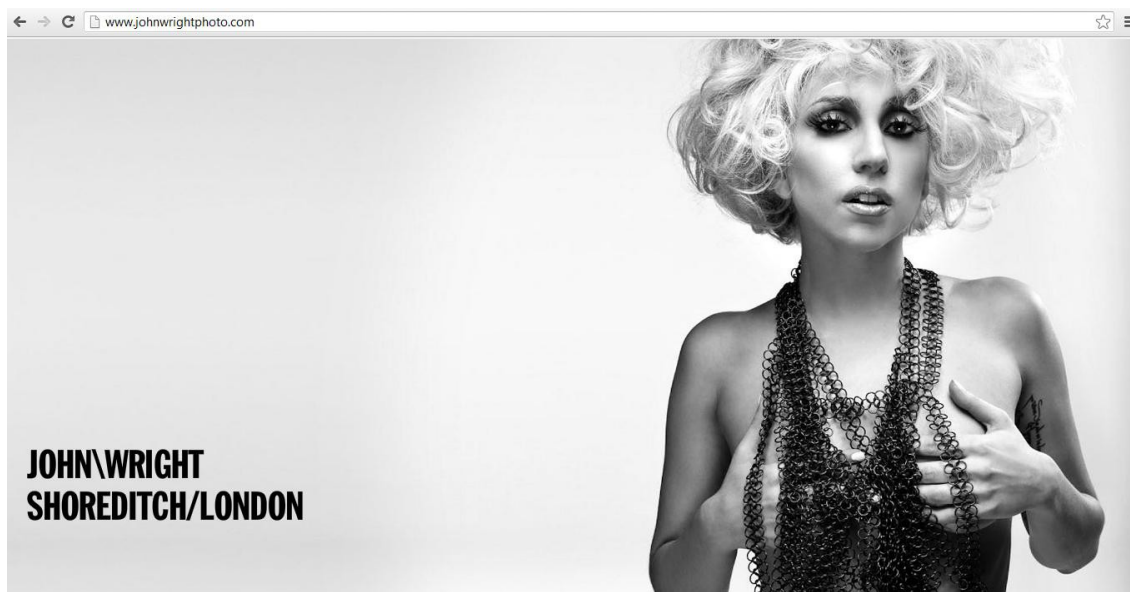
Kuva 4. Trendi 4: Epätavalliset navigaatoratkaisut, [www.rw2studios.com](http://www.rw2studios.com)

**Animoidut kuvien siirrot** on monen sivuston suunnittelussa huomioitu ja tuotu näin ”wow-efektiä” sivustoon (ReadyPhotoSite.com 2009, hakupäivä 24.02.2013).



*Kuva 5. Trendi 5: Animoidut kuvien siirrot, www.smetana.net*

Yleisenä trendinä on nostanut päätään myös panostaminen **vaikuttavaan typografiaan** (ReadyPhotoSite.com 2009, hakupäivä 24.02.2013).



*Kuva 6. Trendi 6: Vaikuttava typografia, www.johnwright.com*

### **3.3 Sivujen elementtien suunnittelu**

Kun sivujen tavoitteet on määritelty sekä tutustuttu kilpailijoihin, on aika aloittaa sivujen elementtien suunnittelutyö. Valokuvaajan internetsivujen suunnittelussa pitäisi panostaa seuraaviin asioihin: vaikuttavaan etusivuun, helppoon navigaatioon, hyvään rakenteeseen, helppoon yhteydenottoon, oikeanlaiseen sisältöön sekä asiakkaan sitouttamiseen. Lisäksi hakukoneoptimointi pitäisi ottaa huomioon jo suunnitteluvaiheessa. (Photography website design 2012a, hakupäivä 24.02.2013.)

#### **Vaikuttava etusivu**

Sivujen ehkäpä tärkein elementti on etusivu, koska sillä on suurin rooli ensivaikutelman luomisessa. Internetissä, jossa ihmiset keskittyvät yhteen asiaan hyvin lyhyen ajan, on hyvän ensivaikutelman luominen elintärkeää. Huono ensivaikutelma saa asiakkaan hyvin todennäköisesti poistumaan sivulta ja menemään jonkin mielenkiintoisemman yrityksen sivuille. Valokuvaajan sivuilla täytyisi hyödyntää valokuvaajan taitoa vangita hetki ja tietty tunnelma kuvin. Kun tämä onnistuu, on asiakas vaikuttunut näkemästään ja halukas tietämään valokuvaajasta ja hänen yrityksestään lisää. (Photography website design 2012c, hakupäivä 24.02.2013.)

#### **Helppo navigaatio**

Sivujen rakenne voi olla mikä tahansa horisontaalisen tai vertikaalisen navigoinnin väliltä, kunhan asiakkaan on helppo ja nopea löytää etsimänsä asia. Navigaatioelementtien pitäisi olla myös termistöltään tuttuja asiakkaalle. (Photography website design 2012c, hakupäivä 24.02.2013.) Ideaalitulanteessa käyttäjien pitäisi päästä haluamaansa tietoon 2-3 klikkauksella (IST Results 2013, hakupäivä 26.02.2013).

## **Hyvä rakenne**

Valokuvaajan sivujen päätarkoitus on tuoda esille hänen ammattitaitoaan järkevästi organisoidulla ja kategorisoidulla portfoliolla. Hyvin rakennetulla portfoliolla valokuvaaja voi tuoda esille monipuolisuuttaan valokuvaajana, mutta myöskin kertoa tarkasti millaisiin kuvauksiin hän on keskittynyt. Sivuilla on panostettava ammattimaiseen suunnitteluun niin, että visuaalisuus ja tyhjä tila ovat harmoniassa keskenään. (Photography website design 2012c, hakupäivä 24.02.2013.)

## **Helppo yhteydenotto**

Sivujen suunnittelussa asiakkaan aktivointi täytyy tehdä mahdollisimman helpoksi niin, että asiakkaalla on pieni kynnys kysyä tarjousta tai ottaa yhteyttä valokuvaajaan (Photography website design 2012c, hakupäivä 24.02.2013).

## **Oikeanlainen sisältö**

Internetin käyttäjät eivät lue sisältöä, vaan enemmänkin skannaavat sivuja etsien kohtia, jotka kiinnittävät heidän huomionsa. Käyttäjät eivät myöskään käy sivuja läpi lineaarisesti, vaan tarttuvat ensimmäiseen kohtaan, jonka luulevat vievän heidät tahtomansa tiedon lähteille. Internetin käyttäjät ovat kärsimättömiä ja odottavat pääsevänsä päämääräänsä mahdollisimman nopeasti. (Smashing Magazine 2008, hakupäivä 26.02.2013.)

Sivujen sisältö ei saisi olla liian abstraktia, vaan myös ensi kertaa sivustolla olevan täytyisi ymmärtää ja löytää etsimänsä tieto nopeasti. Sisällön täytyy olla totuudenmukaista sekä kertoa pääkohdat asiasta. Sisällöllä voi myös luoda uskottavuutta, esimerkiksi listaamalla lojaaleja asiakkaitaan tai saavutuksiaan valokuvauksilpailuissa. (Photography website design 2012c, hakupäivä 24.02.2013.) Sisällön eli valokuvien valinta ja päivittäminen myös tulevaisuudessa on ensisijaisen tärkeää valokuvaajalle, koska jatkuvasti päivittyvät sivut houkuttelevat lisää kävijöitä sivuille (IST Results 2013, hakupäivä 26.02.2013).



## **Asiakkaan sitouttaminen**

Sivujen tarkoituksena on sitouttaa asiakas niin ettei vierailu jäisi vain ensimmäiseen kertaan. Asiakas pitää sitouttaa mielenkiintoisella ja persoonallisella tavalla ja saada hänet kiinnostumaan valokuvaajan tekemisistä myöskin jatkossa. Sosiaalisen median eri kanavat kuten Facebook, Twitter, Flickr tai LinkedIn ovat hyviä työkaluja jakaa tietoa omista tekemisistään sekä herättää keskustelua valokuvaukseen liittyvistä aiheista. Myös säännöllinen blogin pitäminen sitouttaa asiakasta ja saa hänet seuraamaan valokuvaajan yrityksen tapahtumia. (sama.)

## **Hakukoneoptimointi**

Edellä mainittujen asioiden lisäksi, sivun kuin sivun on elintärkeää löytyä hakukoneilla. Yrityksen liiketoiminta tyrehtyy saman tien ellei se ole löydettävissä. Hakukoneoptimoinnilla asiakas löytää valokuvaajan sivut käyttäen eri hakusanoja. Lisäksi valokuvaajan sivut saavat enemmän näkyvyyttä sekä myynnin kasvua. Monta kertaa valokuvaajien internetsivut ovat painottuneet sisällöltään tekstin sijaan valokuvien näyttämiseen. Tämä voi olla ongelmallista hakukoneoptimoinnin kannalta, sillä hakukoneet edelleen keskittyvät enemmän teksteihin kuin kuviin. Jotta visuaalisesti painottuneet sivut näkyisivät myös hakukoneilla, pitää niille mm. määritellä uniikit otsikot, listata avainsanoja millä asiakkaat todennäköisesti suorittaisivat hakuja, määrittää kuviin ALT attribuutille havainnollistavat tekstit sekä määritellä sivustosta sivukartta ja lähettää se Googlelle. Tarkempaa tietoa hakukoneoptimoinnista löytyy esimerkiksi Googlen Webmaster Tools osiosta. (Photography website design 2012d, hakupäivä 24.02.2013; Google 2013, hakupäivä 24.02.2013.)

### **3.4 Tyylikkäiden sivujen designperiaatteet**

Varsinaisen designin alkaessa on hyvä pitää mielessä muutamia periaatteita, joita noudattamalla designinjälki on myös hyvännäköistä. Nämä periaatteet

koskevat designin tasapainoa, ruudukon käyttöä, värejä, grafiikoita, typografiaa, tyhjän tilan käyttöä sekä kaikkien näiden asioiden yhteensopivuutta. (Noupe 2009, hakupäivä 26.02.2013.)

## **Tasapaino**

Tasapainolla designityössä tarkoitetaan sitä, miten visuaalinen painoarvo suunnittelussa jakautuu. Visuaalista painoarvoa voi määritellä esimerkiksi väreillä, koolla tai elementtien lisäyksillä ja poistoilla. Asioiden sijoittelulla on suuri merkitys siihen, miltä visuaalinen painoarvo näyttää ja tuntuu.

Varomattomalla suunnittelulla tasapaino voi järkkyy nopeasti. On olemassa symmetristä sekä epäsymmetristä tasapainoa suunnittelutyössä.

Epäsymmetrisessä tasapainossa asiat eivät ole symmetrisesti sijoiteltuja, mutta ovat silti tasapainossa keskenään. Epäsymmetrisen tasapainon määrittäminen on monesti hienovaraista ja vaatii kokemusta. Esimerkki symmetrisestä tasapainosta on esimerkiksi tekstikolumnit, jotka ovat yhtä suuria ja sijoiteltu symmetrisesti toisiinsa nähden. (sama.)

## **Ruudukon käyttö**

Ruudukon käytössä periaatteina toimii horisontaaliset sekä vertikaaliset apuviivat, jotka auttavat suunnittelun lokerointia ja sijoittelua. Ruudukon avulla sivulle on helppo suunnitella esimerkiksi tekstikolumneja ja niiden keskinäisiä välejä. Vaikka sivustolla ei olisi käytetty paljon grafiikoita, on se silti visuaalisesti vaikuttavan näköinen, kun elementit on selkeästi järjestelty ruudukkoa apuna käyttäen. Sivujen rakennetta on silmän helppo seurata. (sama.)

## **Värit**

On olemassa paljon erilaisia väriteorioita värien käytöstä sekä väriyhdistelmistä. Jotkin värit toimivat yhdessä paremmin kuin toiset, ja väreillä voidaan viestittää asioita. Värien käytössä pitäisi miettiä käyttökohdetta ja myös luottaa maalaisjärkeen sekä tuntemuksiin värien käytöstä kohteessa. Värien käyttöä omassa designkohteessa helpottaa tutustuminen jo olemassa oleviin

ratkaisuihin. Kannattaa selvittää mitkä värit toimivat keskenään hyvin yhteen ja valita maksimissaan 2-3 pääväriä käytettäväksi. Näistä pääväreistä voi sen jälkeen luoda erilaisia vaalean ja tumman värisävyjä. (sama.)

## **Grafiikat**

Web design voi olla hyvännäköistä ilman koristeellisia grafiikoita, mutta huonot grafiikat ehdottomasti pilaavat designin. Grafiikan pitää aina sopia käyttötarkoitukseen ja esimerkiksi valokuvaajan sivustolla valokuvien pitäisi olla pääosassa eikä niinkään koristeellisten sivuston grafiikoiden. Grafiikan käytössä on tärkeää huomioida kuinka kaikki toimii yhteen sekä kuinka grafiikat edesauttavat viestimään tyyliä, jonka käyttäjän halutaan kokevan. (sama.)

## **Typografia**

Kun printtidesignissa voi käyttää juuri haluamaansa typografiaa, ei sama aina toistu webdesignin puolella, vaikka erilaiset webfontit ovat tuoneet ongelmaan jonkin verran ratkaisua. Typografia voidaan määritellä esimerkiksi fonttiperheenä, jolloin suunnittelija määrittelee ensisijaisen fontin, ja jos sitä ei ole käyttäjän koneella, otetaan seuraava määritelty fontti käyttöön. Nykyään on useita webfonttien tarjoajia ja suunnittelija voi myös ladata fontin serveriltä sivuillensa. Jos kyseessä on kovin erikoinen fontti esimerkiksi otsikossa, voi sen aina tehdä kuvaksi sivulle.

Webdesignissa leipätekstinä olisi suositeltavaa käyttää sans-serif fontteja, koska nämä fontit ovat todistetusti nopeampia lukea näytöltä kuin serif-fontit. Serif-fontteja voidaan kuitenkin käyttää otsikoissa, jolloin sivuston typografiaan saadaan kontrastia. (The Daily Egg 2012, hakupäivä 26.02.2013.)

Erilaiset fontit viestittävät erilaista tunnelmaa: osa on moderneja ja osa retrotyylisiä. Siksi onkin tärkeää panostaa typografiaan niin, että se viestittää tyyliä jota sivustolla halutaan olevan. Leipätekstin fontin pitäisi olla tarpeeksi isoa ja luettavaa, kun taas otsikot pitäisi koollaan erottua hyvin sivustossa. (PSD Tuts 2007, hakupäivä 26.02.2013.) Typografian luettavuuteen vaikuttavat



myös rivin pituus sekä korkeus. Molempia arvoja voi määritellä CSS:n avulla. Noin 40–80 merkkiä rivillä on ideaali rivin pituus. (Noupe 2009, hakupäivä 26.02.2013.) Tekstin väriä pitää myöskin miettiä niin, että taustalla ja fontin värillä on tarpeeksi kontrastia, jolloin fontti erottuu ja on luettavissa. (PSD Tuts 2007, hakupäivä 26.02.2013.)

## **Tyhjän tilan käyttö**

Tyhjän tilan käytöllä on suuri merkitys designissa. Amatöörit usein yrittävät laittaa sivustolle kaikkea mahdollista ja hyvin tiiviiseen muotoon. Kun tyhjää tilaa osataan käyttää oikein, sivustosta tulee tyylikkään ja laadukkaan näköinen. Monesti luksustuotteiden mainokset ja sivustot käyttävät hyväksi tyhjää tilaa, jolloin design luo elegantin ja tyylikkään tunnelman. Designissa on kyse viestin kommunikoimisesta, ja designelementtien pitäisi tukea tätä, eikä hankaloittaa asiaa. Tyhjän tilan käyttö tuo tasapainoa, oikeita mittasuhteita sekä kontrastia sivustoon. (PSD Tuts 2007, hakupäivä 26.02.2013; Noupe 2009, hakupäivä 26.02.2013.)

## **Yhteensopivuus**

Viimeisenä suunnitteluperiaattena on kaikkien edellä mainittujen periaatteiden yhteensopivuus keskenään. Designelementtien ollessa yhteensopivia nivoutuu kaikki yhteen. Hyvä web design on sekä yhtenäinen että johdonmukainen. Designin pitäisi olla johdonmukainen värien, fonttien sekä muiden elementtien suhteen. Lisäksi designin ollessa yhtenäistä kaikki elementit ovat vuorovaikutuksessa keskenään, tukien toisiaan. (Noupe 2009, hakupäivä 26.02.2013.)

## 4 LUMOIMAGE.FI INTERNETSIVUJEN LUOMINEN

Tilaaajana toimineen valokuvauspalveluita tarjoavan yrityksen Lumo Imagen internetsivut lähdettiin suunnittelemaan ensin määrittelemällä tarpeet ja vaatimukset; mitä sivustolla halutaan viestittää sekä ketkä ovat sivujen käyttäjiä. Yritys oli perustamisvaiheessa eikä sillä ollut edellisiä internetsivuja eikä brändiä ollut luotu ollenkaan.

### 4.1 Vaatimusmäärittely

Sivujen tyylillisiä vaatimuksia olivat laadukkuus ja ammattimaisuus. Varsinaisten sivujen haluttiin olevan ”virallisia” ja hassuttelu ja persoonallinen ote haluttiin keskittää blogiin. Visuaalisen ilmeen vaatimuksia olivat raikas ja moderni yleisilme. ”Wow-efektin” piti muodostua hyvälaatuisista kuvista, typografiasta sekä sivuston käytettävyydestä. Koska kyseessä on valokuvaajan internetsivut, sivujen omat grafiikat eivät missään nimessä saaneet kilpailla valokuvien kanssa. Valokuvien piti olla pääosassa ja katseen kiinnittyä sivuilla juuri niihin.

Internetsivujen tavoitteena Lumo Imagelle oli, että valokuvaajan asiakas löytää helposti tietoa eri palveluista, näkee hinnaston sekä voi ottaa valokuvaajaan yhteyttä. Valokuvaajan näkökulmasta sivujen piti esitellä hänen ammattitaitoaan valokuvien kautta sekä tehdä yhteydenotosta helppo. Internetsivujen piti toimia myös porttina sosiaaliseen mediaan, josta asiakas voisi löytää tietoa valokuvaajan viimeisimmistä tapahtumista ja töistä.

Produktiota tehdessäni Lumo Image keskittyi sekä yritys- ja yksityisasiakkaisiin. Yrityksen suuntautuminen ja pääpalvelut olivat

- yrityskuvaus
- arkkitehtuuri- ja sisustuskuvaukset
- dokumentaarinen hääkuvaus
- lapsi- ja perhekuvaus
- muotokuvaus.

Edellä mainittujen vaatimusten lisäksi tilaajan toiminnallisia vaatimuksia sivuille oli myös se, että kuvia olisi helppo päivittää tien päältä. Portfolioissa olevia

kuvia päivitettäisiin harvemmin, mutta sivustolla pitäisi olla asiakas login -osio, jonne kuvia pitäisi pystyä lataamaan ja päivittämään helposti. Asiakkaan kuvien pitäisi olla salasanan takana, jolloin vain oikeat ihmiset pääsisivät niitä katsomaan. Lisäksi tilaaja halusi, että asiakkaalla olisi myöskin mahdollisuus ostaa kuvia suoraan asiakas login -sivulta. Produktion puitteissa asiakaslogin -toiminnan ja ostoskorin toteutusta ei ollut kuitenkaan mahdollisuus tehdä ja se jääkin jatkokehitysideoiden joukkoon.

Tilaaja halusi helposti päivitettävän blogin, joka olisi saumattomasti integroitu muihin sivuihin ja tyyliin. Hän piti myös tärkeänä onnistunutta hakukoneoptimointia eikä sen vuoksi missään nimessä halunnut sivuistaan flash pohjaisia. Tilaaja mietti myöskin eri kielivarianttien toteutusta. internetsivujen piti olla responsiiviset ja taipua myös tablet sekä mobiilinäyttöille. Produktion puitteissa omaa mobiili css-tyyliä tai eri kielivariantteja ei ollut mahdollista toteuttaa, joten nämä ovat myös ideoita jatkokehitykselle.

## **4.2 Suunnittelu**

Kun sivujen vaatimusmäärittely oli tehty, oli aika alkaa suunnitella itse sivustoa. Aloitin työn käymällä ensin läpi kilpailijoiden sivuja ja etsimällä ratkaisuja, jotka mielestäni olivat onnistuneita ja joiden tyyliä voitaisiin myös hyödyntää Lumo Imagen internetsivujen luonnissa. Tilaajan kanssa oli myös helpompi päästä yhteisymmärrykseen kokonaisvaltaisesta visuaalisesta ilmeestä, kun hänelle oli näyttää vastaavanlaisia ratkaisuja. Yhdessä mietimme mitkä ratkaisut olisivat juuri hänen tarkoituksiinsa sopivia. Aiemmassa pääluvussa esitetyistä trendeistä asiakas innostui erityisesti koko näytön kokoisista kuvista ja vaikuttavan näköisestä typografian käytöstä. Seuraavassa osiossa esittelen kilpailija-analyysit näistä trendeistä etusivujen osalta.

### **Kilpailija-analyysi 1: Koko näytön kokoiset kuvat**

Kuten aiemmassa kappaleessa mainittiin, teknologian kehityksen myötä isojen kuvien näyttäminen on nykypäivänä nopeiden nettiyhteyksien vuoksi mahdollista. Tämän vuoksi koko näytön kokoiset kuvat web sivuilla kasvattavat vain suosiotaan.

Valokuvaaja Gavin Gough on käyttänyt etusivullansa koko näytön kokoisia kuvia, jolloin etusivun ensivaikutelma on vaikuttava ja herättää heti katsojan mielenkiinnon. Kuvat vaihtuvat automaattisesti ja pyörivät slideshowna. Katsoja saa heti ymmärryksen kyseisen kuvaajan tyylistä, suuntautumisesta sekä ammattitaidosta.

Koska valokuvat ovat pääosassa, tulee monesti ongelmaksi kuinka esittää navigaatioelementti niin, ettei se vie liikaa huomiota, mutta on samaan aikaan selkeästi käyttäjän nähtävissä ja käytettävissä. Gavin Goughin sivuilla, navigaatioelementti on sijoitettu vasempaan reunaan, jolloin se ei vie liikaa tilaa yläosasta ja peitä kuvia. Lisäksi siinä on mahdollisuus piilottaa navigaatioelementti ja tuoda se takaisin esille.

Sivujen grafiikat ovat minimalistisia ja yksinkertaisia, jolloin kuvat ovat koko sivustolla pääosassa. Navigaatiossa käytetyt termit ovat selkeitä ja tuttuja, ja lisäksi on mainittu, että kyseinen valokuvaaja on erikoistunut matkailukuvauksiin.

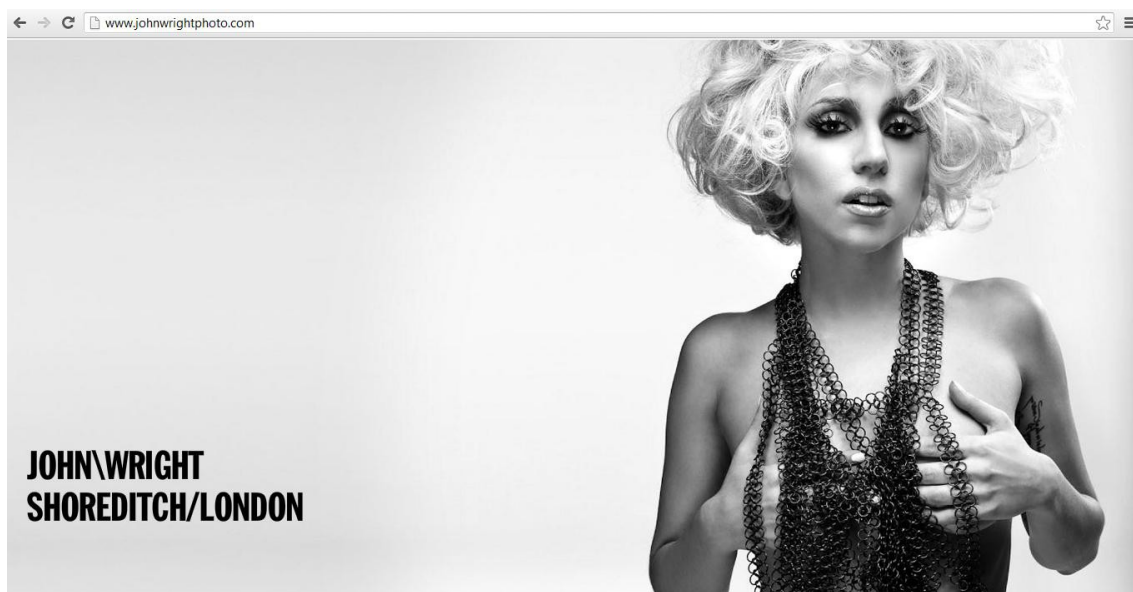


*Kuva 7. Kilpailija-analyysi 1: [www.gavingough.com](http://www.gavingough.com)*

## **Kilpailija-analyysi 2: Vaikuttava typografia**

Valokuvaaja John Wrightin sivuilla on myös keskitytty koko näytön kokosiin kuviin etusivulla, mutta sen lisäksi on panostettu näyttävännäköiseen typografiaan. Kuten myöskin edellisessä kappaleessa mainitulla kuvaajalla, myös John Wrightin sivustolla on käytetty hyvin hillitysti grafiikkaa, jolloin kuvat ja typografia pääsevät oikeuksiinsa.

Navigaatioelementti on sijoitettu aina joka sivulla sivun alaosaan. Sivulla on käytetty hyvin vähän tekstiä, jolloin kuvien visuaalisuus vain korostuu. Kuvien siirtymissä on käytetty animointeja. Käyttäjä saa hyvin selville kyseisen valokuvaajan tyylin sekä löytää tarvittavat yhteystiedot.



*Kuva 8. Kilpailija-analyysi 2: [www.johnwright.com](http://www.johnwright.com)*

Kun olimme päässeet yhteisymmärrykseen tilaajan kanssa vaatimuksista ja vallitsevasta tyylistä, lähdin tämän jälkeen suunnittelemaan tarkemmin käyttöliittymää tekemällä rautalankamallit sivujen rakenteesta ja interaktiologiikasta. Tarkemmat kuvaukset käyttöliittymäsuunnittelusta löytyy tämän tutkielman liitteestä 1.

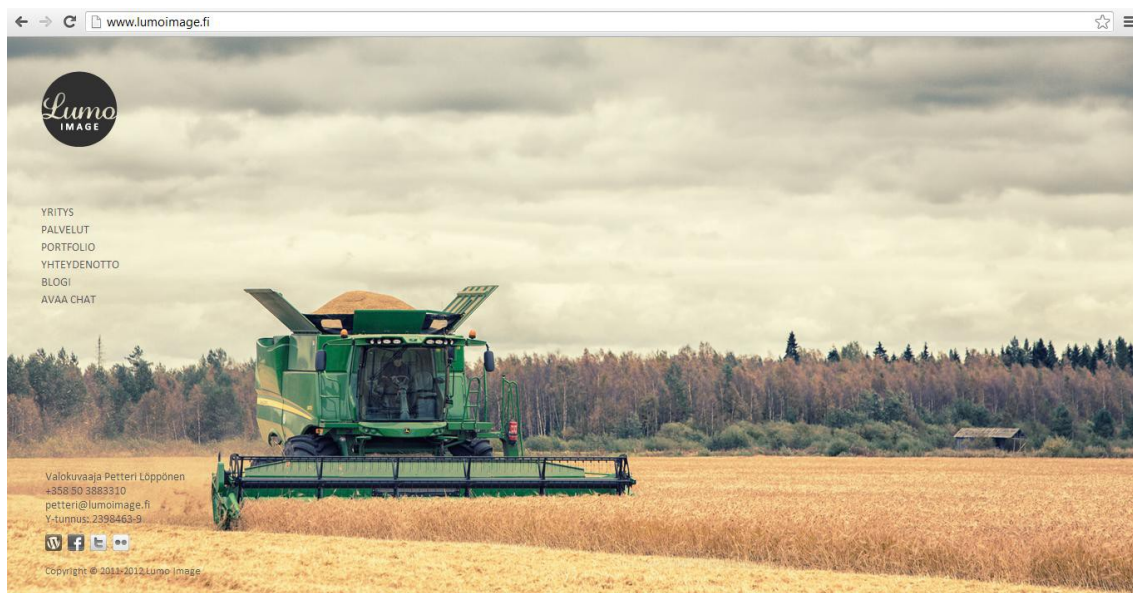
Etusivusta haluttiin näyttävän näköinen ja sen vuoksi päädyttiin koko näytön kokoisiin automaattisesti vaihtuviin kuviin. Navigaatioelementtiä piirtelin sekä vasemmalle että alas sijoitettuna, mutta lopulta päädyin vasempaan sijoitteluun sivustolla olevien pitkien sivujen vuoksi. Navigaation termistö haluttiin pitää mahdollisimman yksinkertaisena ja kuvaavana. Rakenteesta tehtiin mahdollisimman yksinkertainen ja intuitiivinen. Sivusto on samalla sekä valokuvaajan portfolio, mutta myöskin yrityksen markkinointikanava, jolloin sivuilla on kuvien lisäksi myös tekstiä jonkin verran. Tekstin tuottaminen sivuille oli tilaajan tehtävä ja kävimme sitä yhdessä läpi yksinkertaistaen ja karsien tekstimäärää. Käyttäjän on helppo löytää yhteydenotto sivu sekä lisäksi kaikki yhteystiedot ja sosiaalisen median linkit laitettiin vasempaan sivupalkkiin niin, että ne ovat koko ajan saatavilla ja madaltavat yhteydenottokynnystä. Sosiaalisen median linkkien lisäksi, asiakasta pyrittiin sitouttamaan integroimalla sivuston tyylinen Wordpress –pohjainen blogi, jota tilaaja päivittää säännöllisesti. Sivuja suunniteltaessa ja toteuttaessa huomioitiin hakukoneoptimointi monin eri keinoin kuten määrittelemällä sivun otsikoille sekä kuville havainnolliset nimet, määrittelemällä avainsanoja sekä tekemällä Googlen opastamat asiat sivuston saamisesta näkyviin heidän hakukoneeseensa.

Visuaalinen suunnittelu alkoi, kun olimme päässeet tilaajan kanssa yhteisymmärrykseen käyttöliittymäsuunnitelmasta. Tyylistä olimme jo aiemmin sopineet ja lähdin sen jälkeen tekemään sivuston grafiikoita ja ennen kaikkea suunnittelemaan logoa. Alussa ajattelin sisällyttää logoon jonkin valokuvaukseen liittyvän merkkiosan, mutta pitemmälle miettiessäni alkoi kehkeytyä ajatus perusmuodoista ja yksinkertaisesta tyylistä myös logon osalta. Koska sivuston grafiikat ovat minimalistiset, tein niistä suoraan ehdotuksia HTML:ää ja CSS:ää käyttäen. Tasapainoa visuaaliseen suunnitteluun hain käyttämällä apuna cssgrid.netin tarjoamaa responsiivista CSS ruudukotyökalua. Sivuston värit halusin pitää mahdollisimman neutraalina niin etteivät värit eivätkä myöskään grafiikat kilpailisi missään tilanteessa sivustolla olevien kuvien kanssa. Produktion tekovaiheessa vuonna 2011 erilaisten web fonttien käyttö ei vielä ollut itselleni tuttua ja siksi päädyin käyttämään typografiana leipätekstin osalta fonttiperhettä: Calibri, Myriad Pro, Helvetica

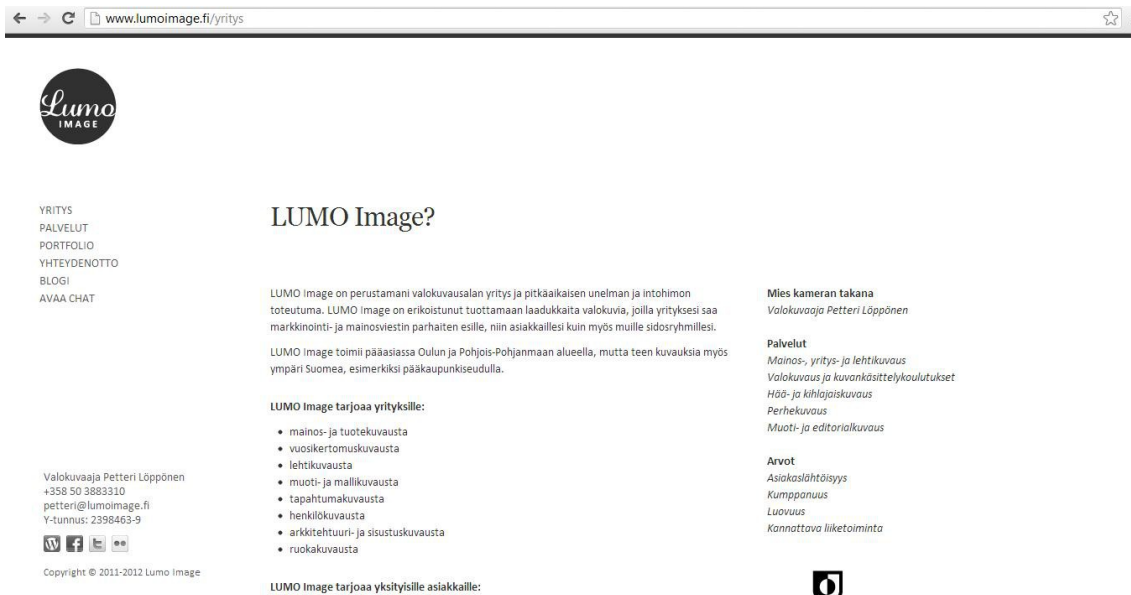
Neue, Arial Narrow ja sans-serif. Kontrastia hain määrittelemällä otsikkotekstit serif fontilla. Serif fontin fonttiperhe oli: Georgia, palatino ja serif. Pysin suunnittelussa käyttämään hyödyksi tyhjää tilaa niin, että sivut olivat elegantin, tyylikkään ja laadukkaan näköiset sekä tekstikappaleet myös ilmavia ja luettavia. Tavoitteenani oli saada koko designkieli pysymään yhtenäisenä ja harmonisena.

### 4.3 Toteutus

internetsivut toteutettiin HTML, CSS ja PHP kielillä sekä käyttämällä valmiita javascriptejä esimerkiksi slideshow elementtien osalta. Blogi tehtiin Wordpress pohjalle niin, että tilaajan on helppo päivittää ja julkaista blogipostauksia itse. Alla kuvankaappauksia toteutetuista sivuista, valmiit sivut löytyvät osoitteesta [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi).



Kuva 9. Etusivu, [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi)



Kuva 10. Yritys sivu osa1, [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi)

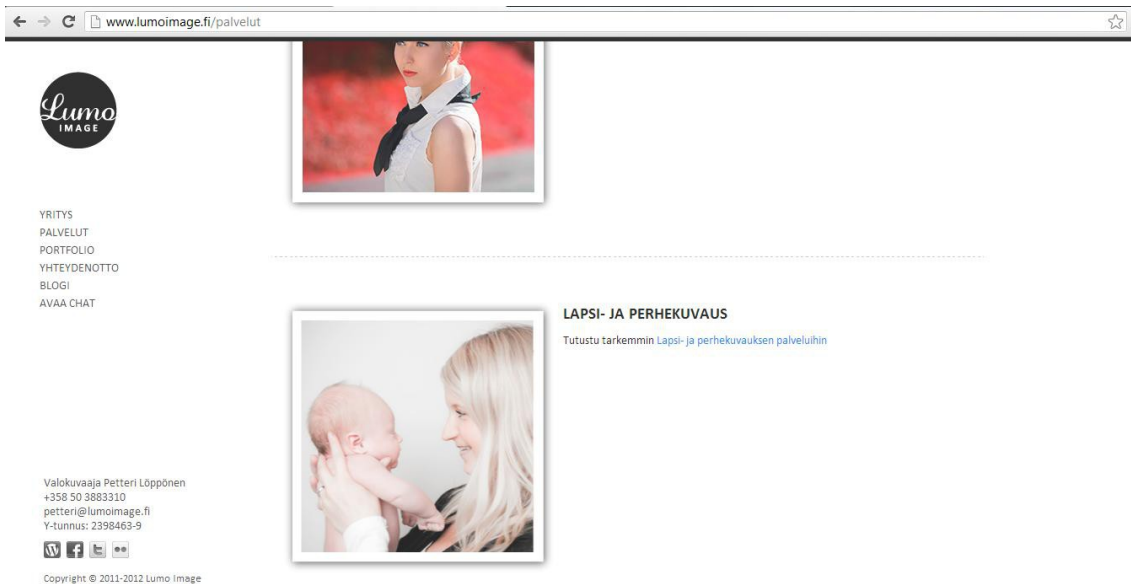


Kuva 11. Yritys sivu osa2, [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi)






Kuva 12. Palvelutsivu osa1, [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi)



Kuva 13. Palvelutsivu osa2, [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi)

← → ↻ www.lumoimage.fi/haakuvaus-palvelut



YRITYS  
PALVELUT  
PORTFOLIO  
YHTEYDENOTTO  
BLOGI  
AVAA CHAT

## Dokumentaarisen hääkuvauksen palvelut

Häät ovat yksi elämämme tärkeimmistä ja ikimuistoisista päivistä. Dokumentoin hääpäivänne tapahtumat sellaisena kuin ne tapahtuvat, aina aamun jännitystä täynnä olevista valmisteluista illan loisiin viime hetkiin saakka. Laadukkaat ja tunteikkaat kuvat välittävät päivän tapahtumat tuleville sukupolville saakka. Muista myös LUMO Love Story – kihlajaiskuvaukset. [Ota yhteyttä](#), niin suunnitellaan kuvaukset yhdessä.

### LUMO Wedding Luxus

Sisältää:

- Hääkuvauspalaveri ja kirjallinen hääkuvaussopimus
- Hääkuvaukset - morsiamen valmistautuminen (kampaa, meikki ja pukeutuminen), vihkiminen, häätuhlan kuvaus yöhön saakka ja miljööhäpotretit
- Käsitellyt kuvatiedostot 400-450 kpl nähtäville yksityisen linkin taakse verkkogalleriaan. Kuvat ovat sekoitus mustavalko, sepia sekä värikuvia tunnelman mukaan
- Upea ja korkealaatuinen 30cm x 30cm LUMO Premium Häälbumi (hintaan sisältyy 40 sivua)
- Wedding video-photo slideshow, jossa päivän tapahtumat kuva- ja videokoosteena
- 5 kpl vihkipotrettikuvia korkealaatuisina valokuvatulosteina (max. koko 20cm x 30cm)
- Kaikki verkkogalleriassa esitetyt valokuvat CD/DVD levyille poltettuna
- Lisäkuvatilauksina kiitoskortit, huippulaatuiset suurennokset, kehystetyt kuvat tai canvas-taulut


Valokuvaaja Petteri Löppönen  
+358 50 3883310  
petteri@lumoimage.fi  
Y-tunnus: 2398463-9

W f t e

Copyright © 2011-2012 Lumo Image

Kuva 14. Palvelutsivu > Hääpalvelut osa1, [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi)

← → ↻ www.lumoimage.fi/haakuvaus-palvelut



YRITYS  
PALVELUT  
PORTFOLIO  
YHTEYDENOTTO  
BLOGI  
AVAA CHAT

- 2 kpl haamuotokuvia korkealaatuisina valokuvatulosteina (max. koko 20cm x 30cm)
- Kaikista tilatuista kuvista webresoluutiokuvat kaupan päälle
- Kuvaukset arkipäivinä läpi vuoden (esim. koekampauspäivänä) ja lauantaisin syys-toukokuun välisenä aikana
- Lisäkuvatilauksina kiitoskortit, huippulaatuiset suurennokset, kehystetyt kuvat tai canvas-taulut

### LUMO Love Story - kihlajaiskuvaus

Sisältää:

- Kihlajaiskuvauspalaveri ja kirjallinen kuvaussopimus
- Kuvausaikaa 1-2h valittuun miljööseen
- Käsitellyt kuvatiedostot 20-30 kpl nähtäville yksityisen linkin taakse verkkogalleriaan. Kuvat ovat sekoitus mustavalko, sepia sekä värikuvia tunnelman mukaan.
- Kaikki verkkogalleriassa esitetyt valokuvat CD/DVD levyille poltettuna
- 2 kpl kihlajaiskuvia korkealaatuisina valokuvatulosteina (max. koko 20cm x 30cm)
- Lisäkuvatilauksina huippulaatuiset suurennokset, kehystetyt kuvat tai canvas-taulut kodin seinä koristamaan
- Huom! LUMO Rakas ja LUMO Kultra -hääkuvauspaketit ostajille kihlajaiskuvaus -25% alennuksella

#### Miten homma etenee:

01

02

03

04

05

06

HÄÄKUVUUSPALAVERI
VARAUSVAHVISTUS
VALOKUVAUS
KUVANKÄSITTELY
HÄÄALBUMI
KUVIEN TOIMITUS

#### Mitä olen aiemmin tehnyt:

Valokuvaaja Petteri Löppönen  
+358 50 3883310  
petteri@lumoimage.fi  
Y-tunnus: 2398463-9

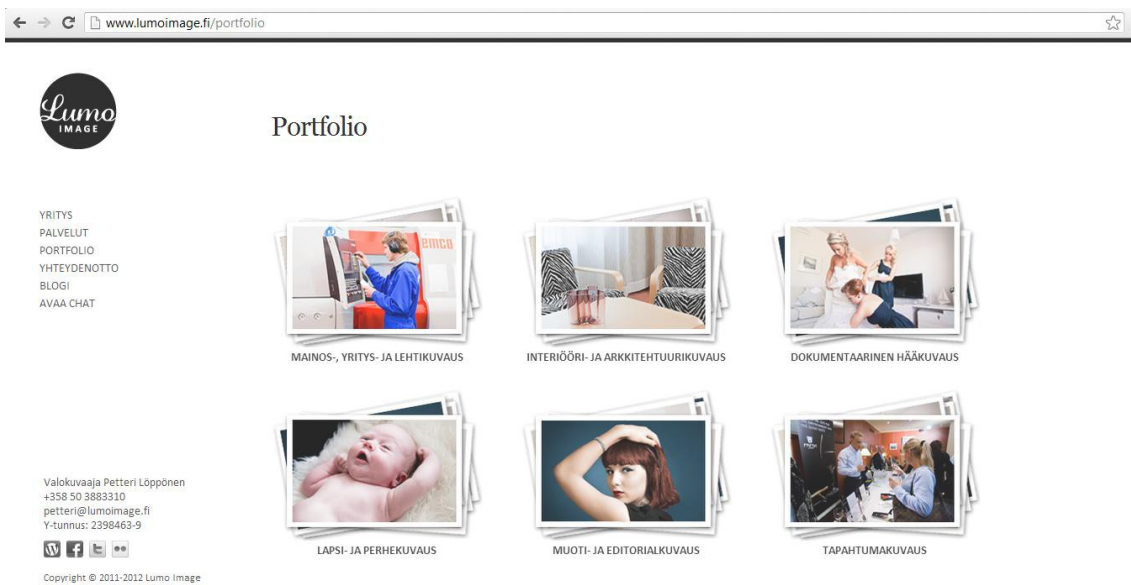
W f t e

Copyright © 2011-2012 Lumo Image

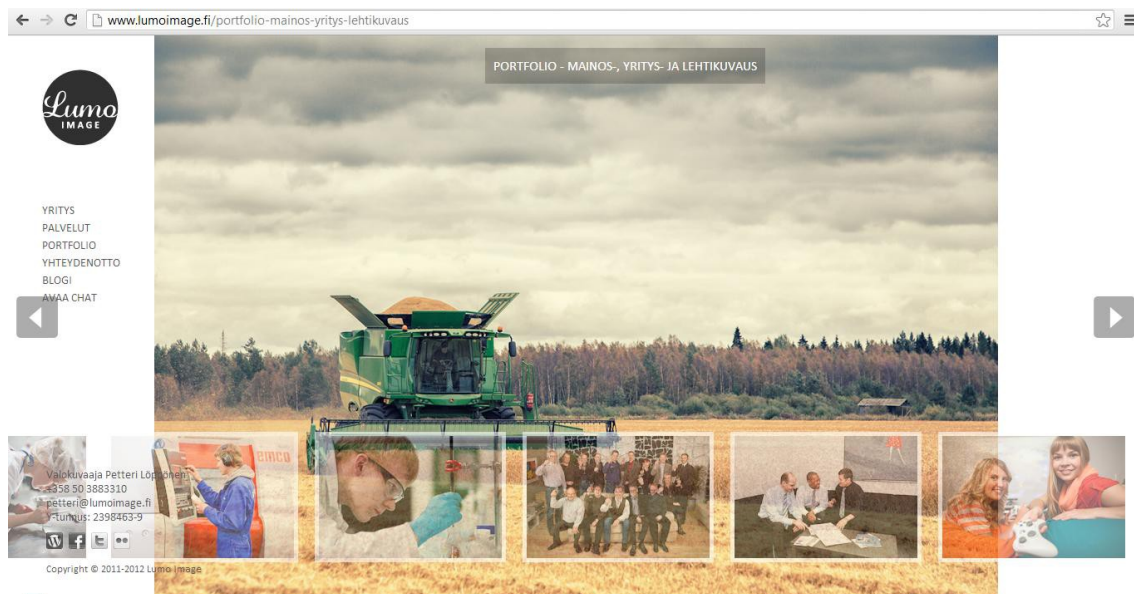
Kuva 15. Palvelutsivu > Hääpalvelut osa2, [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi)



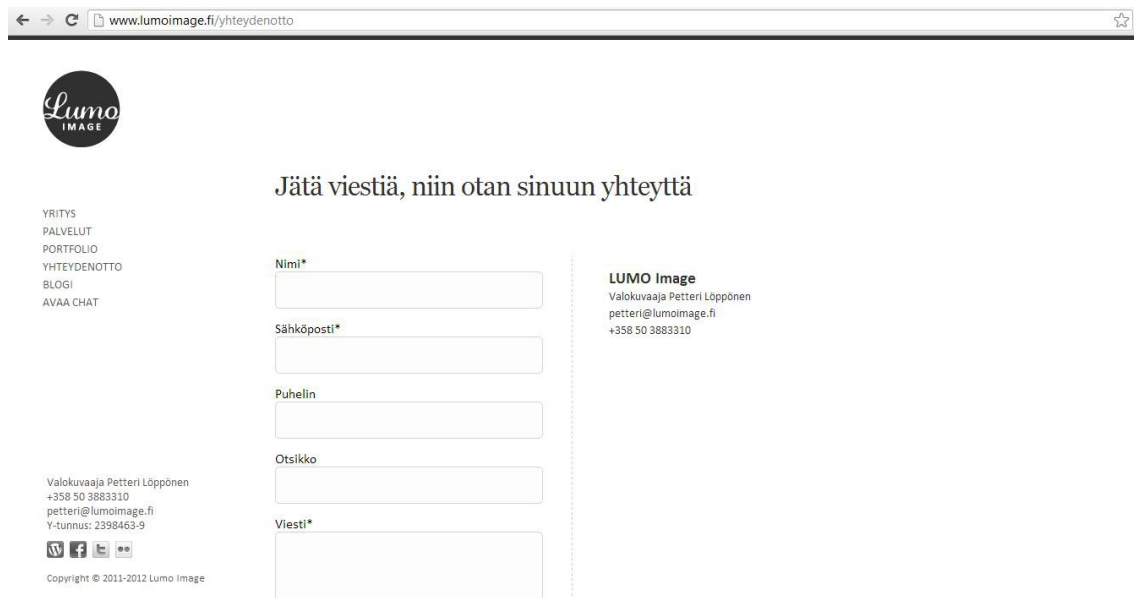
Kuva 16. *Palvelutsivu > Häät* palvelut osa3, [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi)



Kuva 17. *Portfoliosivu*, [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi)



Kuva 18. Portfoliosivu > Yritysportfolio, [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi)



Kuva 19. Yhteydenottosivu, [www.lumoimage.fi](http://www.lumoimage.fi)

## 5 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli luoda tilaajana toimineelle Lumo Image nimiselle valokuvauspalveluita tarjoavalle yritykselle näyttävän näköiset, tehokkaat ja toimivat internetsivut sekä luoda yrityksen brändi tyhjästä. Tavoitteissa onnistuttiin hienosti ja tilaaja on saanut paljon positiivista ja hieman kateellistakin palautetta sivustostaan. Tilaajan oli helppo tulla markkinoille uutena yrittäjänä ammattimaisilla, laadukkailla ja tyylikkäillä internetsivuilla. Sivuston valmistuttua keväällä 2011, oli se myös Suomessa valokuvauspiireissä ennennäkemätön, raikas ja moderni tyyliältään.

Produktion tekeminen oli erittäin opettavainen kokemus sekä internetsivujen teon että brändin luomisen osalta. Minulla on aiempaa kokemusta käyttöliittymäsuunnittelusta, mutta kokonaisvaltaisen brändin luominen tyhjästä oli haaste. Vaikka kokonaisvaltaisen tyylin idea tulikin aika äkkiä minulle mieleen, kului mm. logon tekemiseen paljon aikaa. Lopulta yksinkertaisin logovaihtoehto tuntui tyyliin sopivimmalta.

Taitoni toteuttaa internetsivuja ennen Lumo Imagea oli lähinnä tasolla, että osasin vaihtaa elementtien värejä ja saada headerin taustan jatkumaan koko näytön leveydeltä. Suurin haaste koko opinnäytetyössä olikin nimenomaan internetsivujen toteutuspuolella. Opitun tiedon määrä oli valtava, kun kaikissa asioissa piti lähteä nollasta liikkeelle. Sivustolla on käytetty valmiita javascriptejä esimerkiksi slideshow elementtien osalta. Näiden etsiminen oli myös haaste erityisesti etusivun koko näytön kokoisen slideshown osalta. Osa scripteistä toimi muuten hyvin, mutta sen sijaan, että olisivat skaalanneet kuvat tasaisesti kuvien keskipisteestä, tekivät ne skaalauksen vasemmasta ylänurkasta. Tällöin kuvat eivät näkyneet halutulla tavalla eri resoluutioilla.

Osa tilaajan vaatimuksista päätettiin jo alussa siirtää jatkokehitysideoihin, koska olin produktiota aloittaessani vielä niin kokematon toteutuksen suhteen, ettei esimerkiksi halutut asiakas login sekä ostoskoritoiminnot olisi onnistuneet minulta. Näiden lisäksi sivustoa voi jatkokehittää lisäämällä eri kielivariantteja, jolloin sivusto saavuttaa suuremman asiakaskunnan. Sivut taipuvat kohtalaisen

hyvin tabletnäytöille, mutta mobiilisivuja ei ehditty produktion puitteissa tekemään.

Aika pian sivuston valmistuttua tilaaja halusi poistaa hinnastonsa näkyvistä. Hinnaston näkyminen karkotti osan asiakkaista, eikä valokuvaaja päässyt edes neuvottelemaan tarjouksista. Hinnastot poistettiin sivuilta, mutta tämän jälkeen sivut menettivät jonkin verran visuaalista ilmettään ja esimerkiksi yrityskuvaus sivu jäi aika lyhyen mittaiseksi. Tätä tutkielmaa kirjoittaessani keväällä 2013, on myös ilmennyt muutostarpeita sivuston rakenteen suhteen. Tilaajan hääkuvaukset ovat merkittävä osa hänen liiketoimintaansa ja hän tarvitsisi hääkuvauksista erillisen oman sivun pystyäkseen osallistumaan mm. hääkuvausfoorumeille. Lisäksi tällä hetkellä etusivun slideshown kuvat ovat painottuneet yrityskuvaukseen eivätkä ensisilmäyksellä esittele kuvauspalveluita tarpeeksi muille asiakasryhmille. Siksi jatkossa eri asiakasryhmien tarpeita pitää tuoda paremmin esille kategorisoimalla palveluita paremmin.

Sivusto saatiin ajoissa valmiiksi yrityksen perustamisen aikoihin ja yrityksen oli helppo astua uutena yrityksenä markkinoille. Sivusto täytti vaatimuksensa ja oli toimiva kokonaisuus liiketoiminnan alkaessa. Produktion tekovaiheessa osa vaatimuksista jäi jatkokehitysideoiksi ja myöhemmin kehitysideoita on ilmaantunut lisää. Tarkoituksena on tehdä projektityönä päivitetty brändi ja sivusto Lumo Imagelle.

## LÄHTEET

Andreas Smetana. 2013. Hakupäivä 26.02.2013. smetana.net

ArticlesBase. 2009. The Importance of a Website to Your Small Business. Hakupäivä 24.02.2013.

<http://www.articlesbase.com/small-business-articles/the-importance-of-a-website-to-your-small-business-1635538.html>

Chris Phelps. 2013. Hakupäivä 26.02.2013. [www.chrisphelps.com](http://www.chrisphelps.com)

The Daily Egg. 2012. 8 Typography Design elements to Consider for Print and Web Design. Hakupäivä 26.02.2013.

<http://blog.crazyegg.com/2012/01/24/typography-design-elements/>

Gavin Gough. 2013. Hakupäivä 26.02.2013. [www.gavingough.com](http://www.gavingough.com)

Global Commerce and Communication Inc. 2013. 20 Reasons Why an Organization Needs an Effective Web Presence. Hakupäivä 24.02.2013.

[http://www.gcchq.com/web/web\\_benefit.htm](http://www.gcchq.com/web/web_benefit.htm)

Google. 2013. Google Webmaster Tools. Hakupäivä 24.02.2013.

<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=72746>

IST Results. 2013. 10 tips - how to build a good website. Hakupäivä

26.02.2013. <http://cordis.europa.eu/ictresults/pdf/MarketingTool.pdf>

John Wright. 2013. Hakupäivä 26.02.2013. [www.johnwright.com](http://www.johnwright.com)

Joshua Stearns. 2013. Hakupäivä 26.02.2013. <http://joshuastearns.com/#/grid>

Noupe. 2009. 7 Key Principles That Make a Web Design Look Good.  
Hakupäivä 26.02.2013. <http://www.noupe.com/how-tos/7-key-principles-that-make-a-web-design-look-good.html>

Pegasus InfoCorp. 2006. Success Will Be Yours With A Website And A Web Host. Hakupäivä 24.02.2013.  
[http://www.articlecity.com/articles/web\\_design\\_and\\_development/article\\_939.shtml](http://www.articlecity.com/articles/web_design_and_development/article_939.shtml)

Photography website design. 2012a. 4 Tips for Making a Portfolio Photography Website. Hakupäivä 24.02.2013.  
<http://creativeskyyphotographydesign.blogspot.fi/2012/07/4-tips-for-making-portfolio-photography.html>

Photography website design. 2012b. Effective Photography Website Design. Hakupäivä 24.02.2013.  
<http://creativeskyyphotographydesign.blogspot.fi/2012/07/effective-photography-website-design.html>

Photography website design. 2012c. 6 Items For Good Photography Website Design. Hakupäivä 24.02.2013.  
<http://creativeskyyphotographydesign.blogspot.fi/2012/07/6-items-for-good-photography-website.html>

Photography website design. 2012d. Can Google See Your Photography Website. Hakupäivä 24.02.2013.  
<http://creativeskyyphotographydesign.blogspot.fi/2012/07/can-google-see-your-photography-website.html>

Photography website design. 2012e. Top Trends in Photography Web Design. Hakupäivä 24.02.2013.  
<http://creativeskyyphotographydesign.blogspot.fi/2012/07/top-trends-in-photography-web-design.html>



PSD Tuts. 2007. 9 Essential Principles for Good Web Design. Hakupäivä 26.02.2013. <http://psd.tutsplus.com/tutorials/designing-tutorials/9-essential-principles-for-good-web-design/>

ReadyPhotoSite.com. 2009. 8 Significant Trends in Photography Website Design. Hakupäivä 24.02.2013.  
<http://www.readyphotosite.com/blog/flash-photo-galleries/8-significant-trends-in-photography-website-design/>

RW2 Studios. 2013. Hakupäivä 26.02.2013. [www.rw2studios.com](http://www.rw2studios.com)

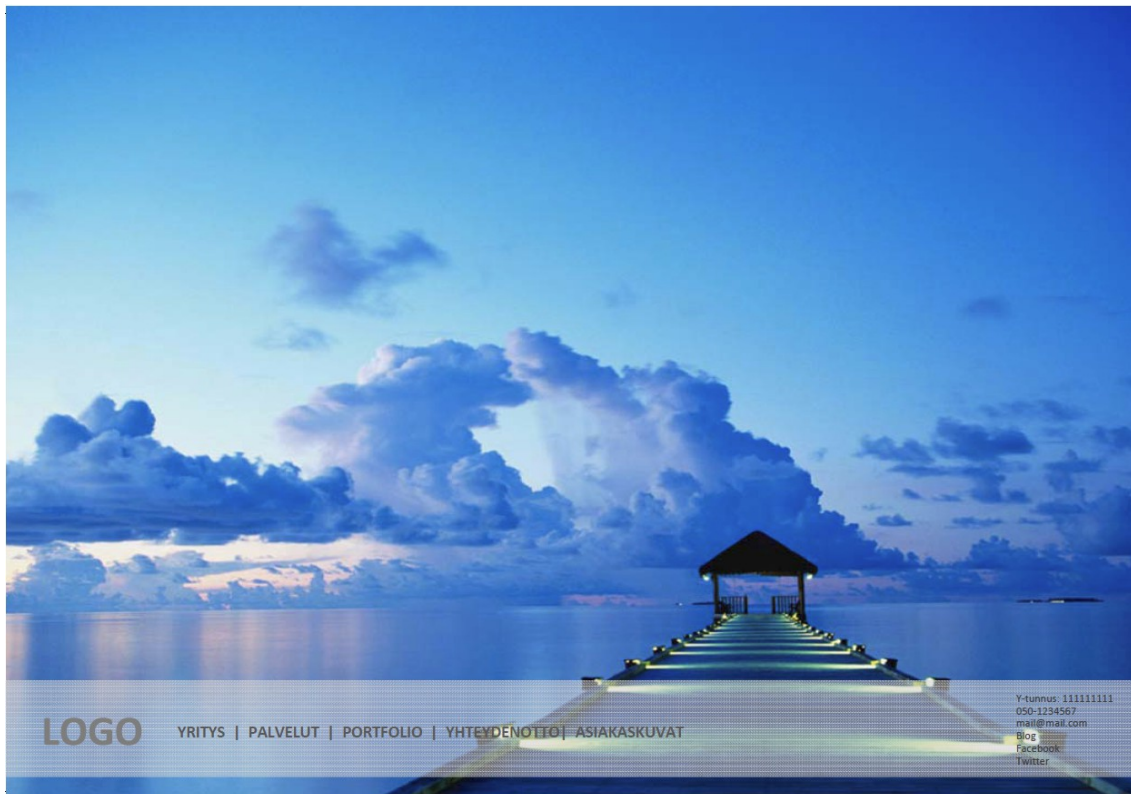
Smashing Magazine. 2008. [10 Principles Of Effective Web Design](http://uxdesign.smashingmagazine.com/2008/01/31/10-principles-of-effective-web-design/). Hakupäivä 26.02.2013. <http://uxdesign.smashingmagazine.com/2008/01/31/10-principles-of-effective-web-design/>

## LIITTEET

Seuraavana on esitetty rautalankamallit Lumo Imagen web sivuston käyttöliittymästä, jotka kuvastivat alustavaa suunnitelmaa sivuston interaktiosta, rakenteesta sekä logiikasta. Rautalankamallit eivät esitä sivuston grafiikkaa tai elementtien oikeaa mittasuhdetta.



Kuva 20. Etusivu, vaihtoehto A – navibar vasemmalla



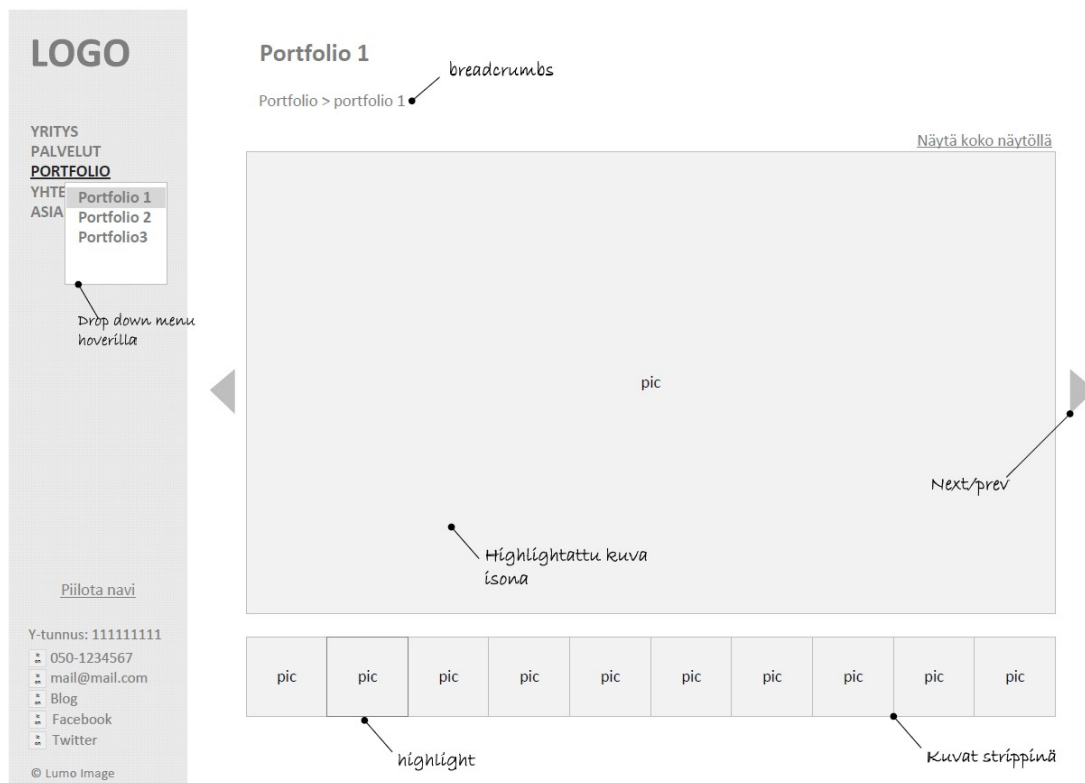
Kuva 21. Etusivu, vaihtoehto B – navibar alhaalla



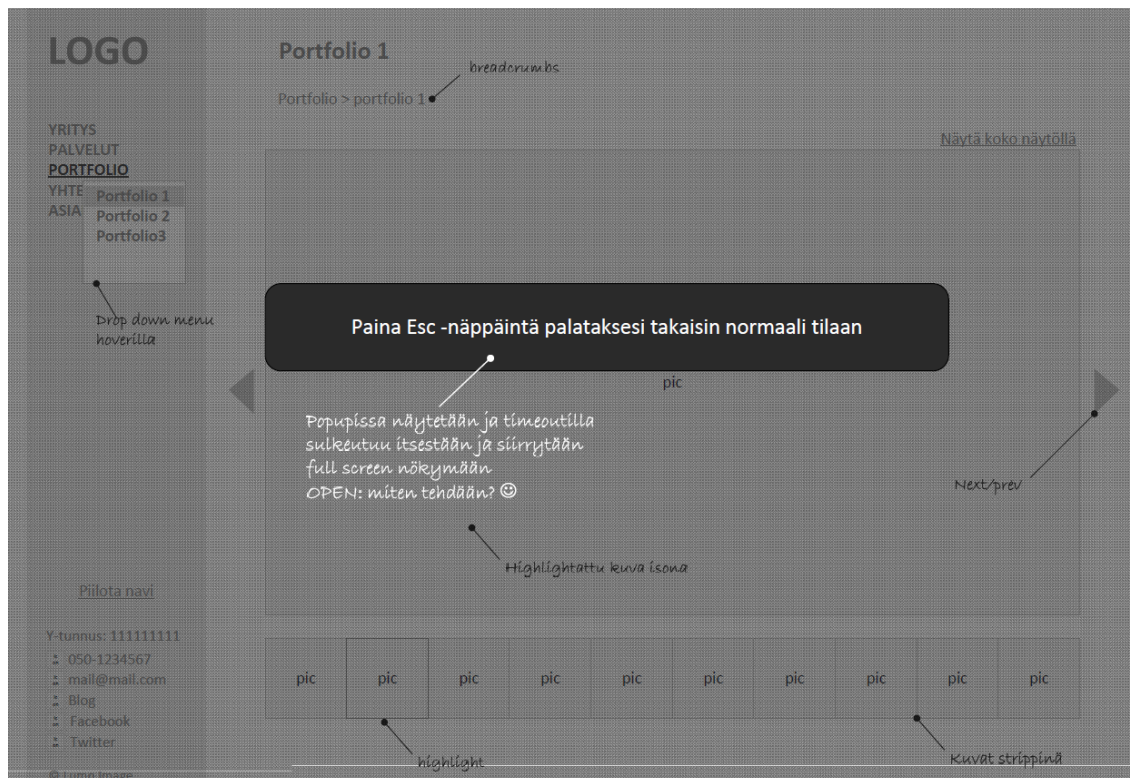
Kuva 22. Esimerkki yritys sivusta



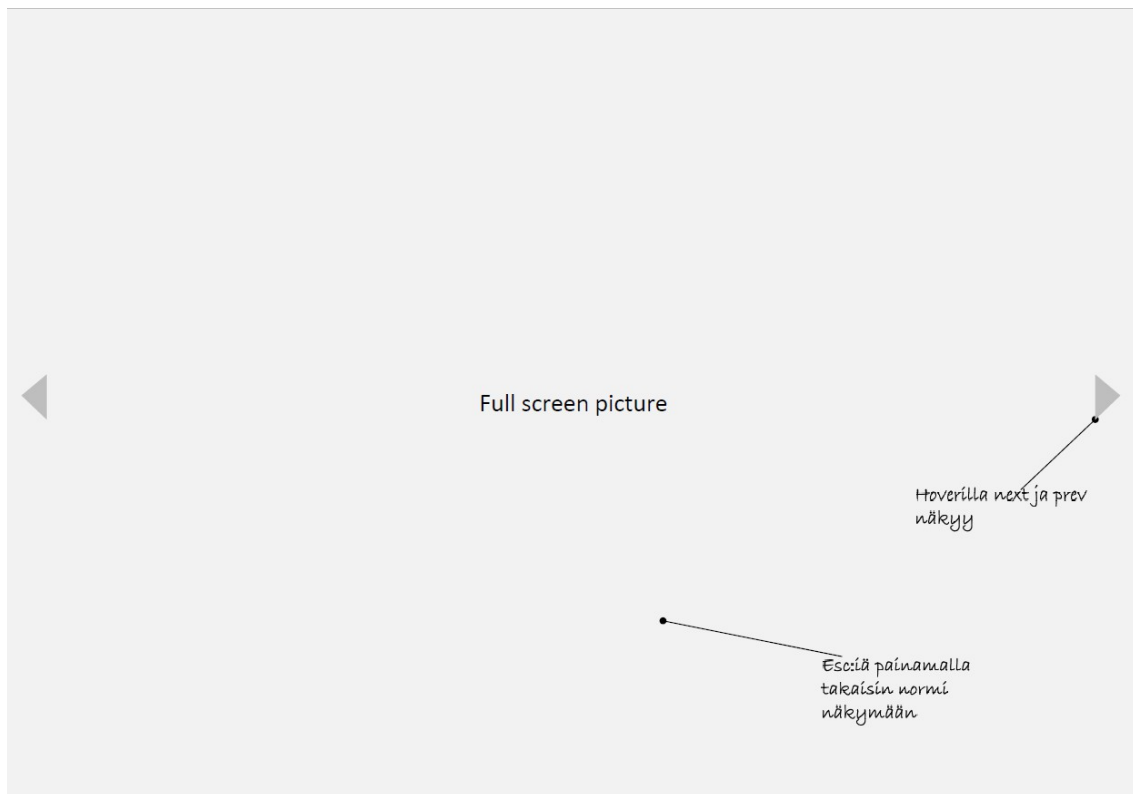




Kuva 25. Esimerkki portfolio sivusta



Kuva 26. Esimerkki kuva siirtymisestä full screen moodiin portfolio sivulta



Kuva 27. Esimerkki portfolio sivun full screen näkymästä

# LOGO

YRITYS  
PALVELUT  
PORTFOLIO  
**YHTEYDENOTTO**  
ASIAKASKUVAT

Piilota navi

Y-tunnus: 111111111

- 050-1234567
- mail@mail.com
- Blog
- Facebook
- Twitter

© Lumo Image

## Yhteydenotto

Lähetä tarjouspyyntö

Nimi:

Sähköposti:

Viesti:

**Lumo Image**  
Y-tunnus: 111111111

- 050-1234567
- mail@mail.com
- Blog
- Facebook
- Twitter

formi

yhteyystiedot

Kuva 28. Esimerkki yhteydenotto sivusta

LOGO

YRITYS  
PALVELUT  
PORTFOLIO  
**YHTEYDENOTTO**  
ASIAKASKUVAT

[Piilota navi](#)

Y-tunnus: 111111111  
☎ 050-1234567  
✉ mail@mail.com  
📝 Blog  
📘 Facebook  
🐦 Twitter  
© Lumo Image

Asiakaskuvat

Käyttäjätunnus:

Salasana:

Kirjaudu sisään

Logiin tod näk  
maksulliseen  
gallerianäkymään

**Kuva 29. Esimerkki user loginista**